



Datum: 23.07.2026

Medij: Profit

Rubrika: Info

Autori: redakcija

Teme: PriceWaterhouseCoopers (PWC)

Napomena:

Površina: 1127



Naslov: ESG u Srbiji: Od korporativnog trenda do poslovne nužnosti

Strana: 40,41

PROFIT | Info

ESG u Srbiji: Od korporativnog trenda do poslovne nužnosti

Poslovni svet poslednjih godina prolazi kroz jednu od najvećih transformacija od početka digitalne ere. Pored finansijskih rezultata, profitabilnosti i tržišnog udela, investitori, kupci, banke i regulatori sve više procenjuju kompanije kroz prizmu održivosti. U centru te promene nalazi se ESG koncept – skup standarda koji ocenjuju odnos kompanija prema životnoj sredini (Environmental), društvu (Social) i korporativnom upravljanju (Governance).

Dok je pre samo nekoliko godina ESG u Srbiji bio tema rezervisana za multinacionalne kompanije i uski krug stručnjaka, danas postaje jedan od ključnih faktora konkurentnosti domaće privrede. Pitanje više nije da li će kompanije usvajati ESG standarde, već koliko brzo će to učiniti i da li će uspeti da ih pretvore u stvarnu poslovnu prednost.

Šta zapravo znači ESG?

ESG predstavlja okvir za procenu održivosti i dugoročne otpornosti kompanije.

E – Environmental (životna sredina) odnosi se na upravljanje emisijama ugljen-dioksida, energetske efikasnosti, korišćenje obnovljivih izvora energije, upravljanje otpadom i zaštitu prirodnih resursa.

S – Social (društvena odgovornost) obuhvata odnos prema zaposlenima, zaštitu ljudskih prava, bezbednost na radu, rodnu ravnopravnost, inkluziju i uticaj kompanije na lokalnu zajednicu.

G – Governance (upravljanje) podrazumeva transparentnost poslovanja, etičke standarde, borbu protiv korupcije, odgovornost menadžmenta i kvalitet korporativnog upravljanja.

Za razliku od klasične filantropije ili društveno odgovornog poslovanja, ESG nije usmeren samo na reputaciju kompanije. Njegov

cilj je da pokaže koliko je poslovni model održiv i sposoban da odgovori na dugoročne izazove poput klimatskih promena, regulatornih zahteva i promena na tržištu rada.

Kako je ESG stigao u Srbiju?

Najveći podsticaj za razvoj ESG praksi u Srbiji dolazi iz Evropske unije.

Nova evropska regulativa, posebno kroz Direktivu o korporativnom izveštavanju o održivosti (CSRD), značajno proširuje obavezu nefinansijskog izveštavanja za kompanije koje posluju na tržištu EU ili sarađuju sa evropskim partnerima. Posredno, ti zahtevi sve više utiču i na kompanije iz Srbije koje su deo međunarodnih lanaca snabdevanja.

Drugim rečima, čak i kada domaća firma nije formalno obavezna da objavljuje ESG izveštaj, njeni kupci iz Nemačke, Francuske ili Italije mogu tražiti podatke o emisijama, potrošnji energije, uslovima rada ili korporativnom upravljanju.

Zbog toga ESG postaje tržišni uslov, a ne samo regulatorni zahtev.

Gde se danas nalaze srpske kompanije?

Slika je prilično raznolika.

Najveće domaće kompanije i članice međunarodnih grupacija već godinama razvijaju ESG strategije, objavljuju izveštaje o održivosti i postavljaju merljive ciljeve.

Među pionirima se nalaze kompanije poput MK Group, koja je razvila sistem ESG upravljanja, definisala višegodišnje ciljeve održivosti i značajno investirala u obnovljive izvore energije. Kompanija je javno postavila cilj ulaganja od 900 miliona evra u projekte zelene energije i smanjenje emisija gasova sa efektom staklene bašte.

Sličan pristup primenjuje i Delta Holding, koji ESG integriše u korporativnu strategiju kroz energetske efikasnost, upravljanje otpadom, obnovljive izvore energije i razvoj lokalnih zajednica. Kompanija već godinama objavljuje izveštaje o održivosti prema međunarodnim standardima.

Veliki napredak beleže i kompanije iz prehrambene i FMCG industrije. Coca-Cola HBC Srbija i Bambi u svojim izveštajima navode značajno smanjenje emisija CO₂ i potrošnje vode kroz dugoročne programe održivosti.

Sve više domaćih kompanija pristupa i međunarodnim ESG ocenama i sertifikacijama kako bi dokazale održivost svog poslovanja investitorima i partnerima.

Da li je ESG postao standard ili još uvek izuzetak?

Iako se među velikim kompanijama vidi značajan napredak, situacija među malim i srednjim preduzećima znatno je drugačija.





Datum: 23.07.2026

Medij: Profit

Rubrika: Info

Autori: redakcija

Teme: PriceWaterhouseCoopers (PWC)

Napomena:

Površina: 1127



Naslov: ESG u Srbiji: Od korporativnog trenda do poslovne nužnosti

Strana: 40,41

Veliki broj domaćih firmi i dalje ESG posmatra prvenstveno kao administrativni zahtev ili marketinški alat. U mnogim slučajevima održivost se svodi na pojedinačne akcije – sadnju drveća, humanitarne projekte ili energetske efikasne rasvete – bez jasne strategije i merljivih ciljeva.

Međutim, tržišni pritisci postaju sve jači. Banke sve češće uključuju ESG kriterijume u procenu rizika klijenata, investicioni fondovi favorizuju kompanije sa razvijenim ESG politikama, dok međunarodni kupci traže detaljne podatke o održivosti svojih dobavljača.

To znači da će i mala preduzeća u narednim godinama morati da razviju osnovne ESG procedure ukoliko žele da ostanu deo međunarodnih lanaca vrednosti.

Najveći izazovi za srpske kompanije

Implementacija ESG standarda u Srbiji suočava se sa nekoliko prepreka.

Prvi problem predstavlja nedostatak stručnog kadra. ESG zahteva znanja iz oblasti finansija, zaštite životne sredine, prava, ljudskih resursa i upravljanja rizicima. Takvih stručnjaka na domaćem tržištu još nema dovoljno.

Drugi izazov je prikupljanje podataka. Mnoge kompanije nemaju razvijene sisteme za praćenje emisija, potrošnje energije, otpada ili društvenih pokazatelja, što otežava izveštavanje i postavljanje ciljeva.

Treći problem su troškovi. Za pojedine kompanije ulaganja u energetske efikasnost, obnovljive izvore energije ili digitalne sisteme za ESG izveštavanje predstavljaju značajan finansijski teret.

Ipak, iskustvo kompanija koje su među prvim ušle u ESG transformaciju pokazuje da se ulaganja često vraćaju kroz niže operativne troškove, bolji pristup kapitalu i jaču tržišnu poziciju.

Nova generacija investitora menja pravila igre

Posebno zanimljiv trend jeste promena očekivanja investitora.

Nekada su se investicione odluke zasnivale gotovo isključivo na prihodima, dobiti i

potencijalu rasta. Danas investitori sve više procenjuju koliko je kompanija izložena klimatskim rizicima, koliko transparentno posluje i kakav odnos ima prema zaposlenima i zajednici.

ESG više nije pitanje imidža. On postaje pokazatelj sposobnosti kompanije da opstane i raste u svetu koji se brzo menja.

Zbog toga mnogi analitičari smatraju da će ESG u narednih pet godina imati sličan značaj kakav je pre dve decenije imala digitalna transformacija. Kompanije koje ga prihvate na vreme steći će konkurentsku prednost, dok bi one koje budu čekale mogle izgubiti pristup investicijama, tržištima i talentima.

Budućnost ESG-a u Srbiji

Posmatrano iz današnje perspektive, Srbija se nalazi u fazi ubrzane ESG tranzicije. Velike kompanije već grade održive poslovne modele, dok srednja i mala preduzeća tek započinju taj proces.

Ohrabruje činjenica da interesovanje privrede ubrzano raste. Konkurs „ESG Lideri“, koji organizuje PwC Srbija, zabeležio je više od 100 prijava iz različitih sektora, što pokazuje da održivost postaje važna tema za sve veći broj organizacija.

Naredne godine doneće još snažniji uticaj evropskih regulativa, veće zahteve investitora i rast očekivanja potrošača. Upravo zato ESG više ne treba posmatrati kao dodatnu obavezu, već kao novi poslovni jezik moderne ekonomije.

Kompanije u Srbiji danas se nalaze između dva modela poslovanja. Jedan pripada prošlosti i zasniva se isključivo na kratkoročnim finansijskim rezultatima. Drugi podrazumeva stvaranje dugoročne vrednosti kroz odgovorno upravljanje resursima, zaposlenima i društvenim uticajem.

ESG predstavlja most između ta dva sveta. Iako je nivo razvijenosti ESG praksi među domaćim kompanijama i dalje neujednačen, trend je jasan: održivost postaje sastavni deo poslovne strategije, a ne samo dodatak godišnjem izveštaju.

Za srpsku privredu to nije samo izazov. To je prilika da postane konkurentnija, otpornija i spremnija za tržište budućnosti.



Foto: Unsplash

